



Universidad Nacional Autónoma De México

Facultad De Contaduría Y Administración

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

Cosméticos Naturales

Grupo: 2257

Equipo:

Arguelles González Ericka

Carrera Salazar Angélica Erika

Fragoso Olvera Brenda

Materia: Principios y Técnicas de Investigación

Profesora: Claudia Marcela Jerez Morales

Mayo 2012

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
MATRIZ DE CONGRUENCIA:	4
¿QUÉ ES UN COSMÉTICO?	5
Cosmético natural y cosmético convencional	6
COSMÉTICA CONVENCIONAL <i>versus</i> COSMÉTICA NATURAL	7
CLASIFICACIÓN DE LOS COSMÉTICOS Y PRODUCTOS DE HIGIENE PERSONAL, DE ACUERDO A LA DIRECCIÓN GENERAL DE MEDICAMENTOS, INSUMOS Y DROGAS DE PERÚ.....	8
EMPRESAS PRODUCTORAS DE MAQUILLAJE CONVENCIONAL MEJOR POSICIONADAS EN MÉXICO	11
INGREDIENTES DE LOS COSMETICOS	12
Principales ingredientes	13
DAÑOS QUE CAUSAN INGREDIENTES DE UN COSMETICO.....	16
Daño que causan los ingredientes, de un cosmetico convencional	16
Daño que causa un cosmetico natural.....	17
SECTOR COSMETIQUERO EN MÉXICO.....	18
Estadísticas de la industria cosmética en 2004	20
El alto precio de mantenerse joven	22
Algunos precios de los centros de relajación:.....	23
Las mexicanas reducen todo menos maquillaje	24
La rentabilidad y los posibles descensos del sector cosmetiquero en México	26
¿QUIÉN COMPRA?.....	27
EMPRESAS BENEFICIADAS CON ESTE ESTUDIO	29
Mazunte:	29
The body shop	30
Botanicus	30
IM: pasión por lo natural.....	31
METODOLOGÍA	32
Método: encuesta.....	32
Procedimiento	34
ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE RESULTADOS	35
CONCLUSIONES	43
Referencias Electronicas y Trabajos citados	46

INTRODUCCIÓN

El sector cosmetiquero es uno de los mercados más rentables en el mundo, a pesar de las diversas crisis económicas que se presenten, la población no disminuye el consumo de estos, por consiguiente la industria del cosmético nunca se ha visto severamente afectada, ya que los cosméticos se han vuelto “necesarios” o “indispensables” tanto para la higiene personal o por simple cuestión de vanidad (en el caso del maquillaje).

Desde la antigüedad se han utilizado los cosméticos, con base en ingredientes naturales y con el paso de los años se ha buscado mejorar la elaboración de estos recurriendo a la utilización de componentes químicos, debido a que la demanda de estos es cada vez mayor, en consecuencia la elaboración de los mismos ha sido modificada para reducir costos de producción y ofrecer tanto un precio accesible y una presentación atractiva al consumidor.

La creciente demanda de la población y la idea de una industria amigable con el medio ambiente ha influido en el pensamiento de retomar las bases de la cosmética natural, esto ha mediado en algunas empresas para que busquen innovar sus productos, recurriendo a recetas ancestrales así como a disminuir el uso de pesticidas, vitaminas sintéticas y otros químicos en su fabricación; ofreciendo un menor daño a la piel y al medio ambiente.

Actualmente existen pequeñas y medianas empresas que están buscando entrar al mercado de la cosmética (natural), pero la fuerte presencia de las empresas de cosméticos convencionales es una barrera que le impide posicionarse en el mercado.

Hoy por hoy no existe un criterio universal, sobre que se puede considerar como Cosmético natural, sin embargo al saber que el producto tiene como base ingredientes 100% naturales, no podemos esperar que el consumidor exija, lo mismo que en un cosmético convencional.

El presente estudio busca aportar estrategias para lograr que la cosmética natural tenga una posición relevante dentro del mercado analizando los criterios de compra del consumidor para así aumentar la demanda de los mismos, enfocándonos principalmente en adultos y jóvenes de entre 18 y 50 años.

Matriz de Congruencia:

PROBLEMA: Características que deben cumplir los cosméticos naturales, para lograr una mayor demanda en los consumidores de entre 18 y 50 años

Pregunta	Objetivos	Hipótesis
¿En qué elementos fundamentales los cosméticos naturales difieren de los convencionales?	Comparar diferencias entre los cosméticos naturales y convencionales	Considerando los ingredientes en su elaboración, los cosméticos naturales son menos dañinos que los convencionales.
¿Cuál es el factor que determina el nivel de consumo de los cosméticos naturales en las personas de entre 18 y 50 años?	Analizar el consumo de cosméticos naturales y convencionales en las personas de entre 18 y 50 años.	El precio es un punto clave, que determina el consumo de los cosméticos convencionales en cuanto a los naturales.
¿Qué aspectos toman en cuenta los consumidores de entre 18 y 50 años a la hora adquirir un cosmético?	Determinar que tanto interviene la presentación de un cosmético en su consumo	La imagen de un cosmético influye en el consumo de este.

¿QUÉ ES UN COSMÉTICO?

Se entiende como cosmético a todo aquel producto que se utiliza para la higiene corporal así como para mejorar el aspecto físico y dar un toque de belleza, especialmente para el rostro (este es el caso del maquillaje); la finalidad de los cosméticos es lograr que el usuario adquiriera una apariencia más joven y fresca, la mayoría de los usuarios de estos productos son las mujeres.

De acuerdo con la normativa de la Comunidad Europea podemos definir a los cosméticos como:

Se entiende como cosméticos toda sustancia o preparado destinado a ser puesto en contacto con las diversas partes del cuerpo humano (epidermis, sistema capilar y piloso, labios, uñas, órganos genitales externos o con los dientes y mucosas de la cavidad bucal), con el fin exclusivo o propósito principal de limpiarlas, perfumarlas y protegerlas para mantenerlas en buen estado, modificar su aspecto y corregir los olores corporales.

Desde la antigüedad el hombre ha buscado utilizar sustancias que se encontraban en la naturaleza para asearse, perfumarse, teñirse el cabello o simplemente embellecerse, estas sustancias iban desde ceras, aceites naturales, sales minerales etc. (Laboratorios Revik, 2010)

COSMÉTICO NATURAL Y COSMÉTICO CONVENCIONAL

Los cosméticos los podemos dividir por el origen de sus ingredientes en convencionales y naturales. Los cosméticos convencionales se caracterizan por que contienen numerosos ingredientes inertes, destinados a ofrecer una textura, un tacto, un perfume y una conservación a menor costo. Por eso para su producción utilizan ingredientes sintéticos a menudo derivados del petróleo o aceites minerales ¹(Matarrania Cosmética del Aceite de Oliva, 2012):

Los cosméticos naturales son aquellos que en su composición el 90% de sus ingredientes son de origen natural como son: extractos naturales, aceites de origen vegetal, sales minerales, mantecas, ceras entre otros. Conforme con la empresa española MATARRANIA podemos definir la cosmética natural como:

La cosmética realmente natural aporta una gran cantidad de ingredientes muy activos en su formulación, así que su efectividad es mucho más alta en otros tipos de composiciones y lo que es más importante la cosmética natural favorece el proceso de regeneración natural de la piel, respetando su equilibrio dejándola sana, purificada y revitalizada.

¹ Consulta de la marca española de cosméticos naturales <http://www.matarrania.com/web/taxonomy/term/20>

COSMÉTICA CONVENCIONAL *versus* COSMÉTICA NATURAL

La industria cosmética ha buscado maximizar el nivel de producción de sus mercancías conduciéndose a utilizar materias primas de menor precio y que dañan nuestra piel, que es el órgano más grande del cuerpo y por eso es de vital importancia su cuidado y la aportación de nutrientes; pero debido a que estas empresas han introducido ingredientes químicos, de los cuales existen más de seis mil, que ya están permitidos pero que no se controla la cantidad que debe contener cada producto.

Una de las principales características de la cosmética convencional, es que la mayoría de sus componentes son de origen químico derivados del petróleo debido a que estos representan un bajo costo y son rentables, aunque los resultados de el uso de éstos sea en algunos casos contraproducentes, pues algunos químicos son realmente peligrosos y dañinos para la piel. (Sakuma, 2011)

La cosmética natural nace de la necesidad de las empresas de innovar en la industria cosmética, creando productos que sean amigables con nuestra piel y con el medio ambiente, con una calidad y durabilidad semejante a un cosmético natural pero recurriendo a los ingredientes naturales. Entre los principales objetivos que busca la cosmética natural hallamos:

“Un producto de cosmética natural respeta en su fabricación el medio ambiente al no contener residuos químicos. Evita el exceso de embalaje y utilizando envases reciclados o reciclables. Es aquí, cuando la promesa de ser amigable con el medio ambiente y la utilización de formulas naturales”(Sakuma, 2011).

CLASIFICACIÓN DE LOS COSMÉTICOS Y PRODUCTOS DE HIGIENE PERSONAL, DE ACUERDO A LA DIRECCIÓN GENERAL DE MEDICAMENTOS, INSUMOS Y DROGAS DE PERÚ.

PRODUCTOS COSMÉTICOS PARA BEBES-NIÑOS
Champús
Acondicionadores
Lociones
Aceites
Cremas
Talcos
PRODUCTOS COSMÉTICOS PARA EL AREA DE LOS OJOS
Lápiz de Cejas, lápiz de ojos
Delineador de ojos
Sombras de ojos
Removedor de maquillajes para ojos
Mascaras para pestañas
PRODUCTOS COSMÉTICOS PARA LA PIEL
Rubores
Polvos Faciales
Base de Maquillaje (Líquido, Cremoso)
Correctores Faciales
Maquillajes para Piernas y Cuerpo
Cremas Faciales
Lociones Faciales
Cremas para manos y cuerpo
Lociones para manos y cuerpo
Talcos para los pies
Máscaras Faciales
PRODUCTOS COSMÉTICOS PARA LOS LABIOS
Lápices Labiales
Brillo Labial
Protectores Labiales
Delineadores Labiales
PRODUCTOS COSMÉTICOS PARA EL ASEO E HIGIENE CORPORAL

Jabones
Talcos
Aceites de baño
Tabletas de baño
Sales de Baño
Burbujas y geles de Baño
champú de Baño
Paños y toallas húmedas
PRODUCTOS DESODORANTES Y ANTITRANSPIRANTES
Desodorantes
Desodorantes y Antitranspirantes
Desodorantes Para Higiene Femenina
PRODUCTOS COSMÉTICOS CAPILARES
Tintes para el cabello
Champús coloreados
Aerosoles para dar color
Iluminador del cabello
Champú
Acondicionadores
Decolorantes del Cabello
Lacas
Geles
Mousse
Permanentes
Laceadores
Neutralizadores
Lociones Tónicas
PRODUCTOS COSMÉTICOS PARA LAS UÑAS
Base de esmalte
Suavizante de cutícula
Cremas para uñas
Esmalte
Removedor de esmalte
Óleo para uñas
Brillos para las uñas
PRODUCTOS PARA LA HIGIENE BUCAL Y DENTAL
Dentífricos
Enjuagues Bucales (No Medicados)

Otros Productos para la higiene bucal y dental
PRODUCTOS PARA DESPUÉS DEL AFEITADO
Bálsamo para después de afeitarse
Lociones para después del afeitado
Cremas de afeitar
Jabones y espumas de afeitar
Geles para después de afeitar
PRODUCTOS PARA EL BRONCEADO, PROTECCIÓN SOLAR
Aceites bronceadores
Cremas bronceadoras
Lociones bronceadoras
Cremas protectoras solares
Lociones protectoras solares
Otros Productos para el bronceado y protección solar
PRODUCTOS DEPILATORIOS
Ceras depilatorias
Cremas depilatorias
Aceites depilatorio
Gel depilatorio
PODUCTOS PARA EL BLANQUEADO DE LA PIEL
Cremas blanqueadoras
Lociones blanqueadoras
Otros productos para el blanqueado de la piel.

EMPRESAS PRODUCTORAS DE MAQUILLAJE CONVENCIONAL MEJOR POSICIONADAS EN MÉXICO

En la industria cosmética convencional existen diversas empresas que se han logrado colocar en la preferencia de los consumidores debido a la calidad de sus productos, precio, accesibilidad y publicidad de los mismos. En nuestro país las marcas más compradas y catalogadas por sus consumidoras como las de mejores son:

MARY KAY

MAC

L'Oreal

AVON

REVLON

MAYBELLINE

COVER GIRL

Y en el mundo de acuerdo a un estudio realizado en 2008 por la empresa Brand Keys INC. , sobre la lealtad de los consumidores en la compra de cosméticos, las mejores 12 marcas según los consumidores son:

MAYBELLINE

MARY KATE

ESTEE LAUDER

LANCOME

CLINIQUE

L'Oreal

CHANEL

MAX FACTOR

COVER GIRL

NEUTROGENA

REVLON

AVON

(Belleza y Salud, 2011)

INGREDIENTES DE LOS COSMETICOS

La industria cosmetiquera, a la hora de realizar todos y cada uno de sus productos se ve en la situación de tener que maximizar sus insumos y recursos a fin de abaratar costos, esto ha traído como consecuencia, que el uso de ingredientes y sustancias de gran variedad sean utilizados a la hora de hacer un cosmético, el problema es que, actualmente existen componentes químicos que están permitidos, pero no controlados, y que aunque estén presentes en nuestros cosméticos en cantidades mínimas el hecho es que la mayor parte de ellos son utilizados a diario, durante años y años. Esto va creando una carga tóxica en nuestro organismo, que no es capaz de eliminar lo que significa, que en los productos aparecen agentes químicos que nos pueden causar, desde alergias, problemas de pigmentación, cambios hormonales y hasta el punto crítico de cáncer.

Por ejemplo, el informe Consumiendo Química publicado en Octubre del 2003 por Greenpeace demuestra que los aditivos químicos son visibles en las muestras de polvo recogidas en hogares de España, Francia, Italia, Eslovaquia y reino unido, dónde se encontraron, entre otros, alquilfenoles, nonilfenol, octilfenol y sus derivados, todos ellos alteradores del sistema endocrino y usados en cosméticos y otros productos de higiene personal.

¿Pero realmente quien sabe, de que están compuestos los cosméticos que utilizamos a diario?, es un cuestionamiento que pocas personas se hacen y simplemente compran lo que a criterio de ellos, cumple sus expectativas de producto.

El acuerdo por el que se determinan las sustancias prohibidas y restringidas en la elaboración de productos de perfumería y belleza, de la CANIPEC, nos indica que los productos cosméticos no deben contener sustancias que estén clasificadas como cancerígenas o tóxicas, sin embargo a la hora de ver los ingredientes que forman un cosmético, podremos darnos cuenta que esto no es así, es decir, la normativa no se cumple.

PRINCIPALES INGREDIENTES

Todas las fórmulas, tradicionales y actuales, tienen una base común: los principios activos, el excipiente y los aditivos.

Los principios activos: son los componentes que hacen lo que el cosmético dice que hace. Es la actividad de los ingredientes (hidratan, reafirman, cohesionan, regeneran) lo que da resultados visibles y lo que determina también el precio del cosmético estos principios activos pueden ser de origen vegetal, mineral, animal o sintéticos

El excipiente es el lago donde se bañan los principios activos, demasiado inestables y puros para que campen a sus anchas o para aplicarlos directamente a la piel. Se mezclan con las sustancias que se llaman excipientes y ya se pueden usar como cosméticos: por eso le llaman el vehículo del cosmético. Los laboratorios escogen el excipiente para darles forma de crema, stick, espuma, etc. Le acabamos llamando textura.

El ingrediente principal del excipiente es el agua (60-90%) pero también el alcohol y productos derivados de la petroquímica. Sin excipiente no hay cosmético

Los aditivos, por supuesto: los colorantes, los conservantes, el perfume. Todo el batallón de posibles agentes irritantes a tu servicio. Pero ni con ellos ni sin ellos: hacen que una crema sea estable, aplicable, huela bien o que su aspecto sea agradable

Sulfatos laurillos: son bases que se elaboran a partir de grasas y aceites, que se usan en las preparaciones de shampoos y cremas

Texapon n 70 es uno de los mejores espumantes más conocidos..

Bronidox, moderno agente conservante: es un moderno agente de conservación, para todas los preparados de cosméticos que no permanecen en la piel ; como shampos, baños de espuma, preparaciones para la ducha, cremas detergente

Lanolina es una sustancia gracieta, purificada y lana del carnero, usada como base de ungüento, agente de acabado y ablandamiento, jabones grasos de tocador, cremas de cara

Petróleo es más utilizado en los productos cosméticos como vaselina y aceite mineral

Estas son solo algunas de las muchas sustancias e ingredientes que son utilizados a la hora de la fabricación de un producto, ya que si se quisieran mencionar uno por uno, seria demasiado tardado y mas considerando, que día con día afin de que la industria cosmetiquera logre una mayor producción y a un menor costo, se van innovando los químicos que serán necesarios para ofrecer un cosmético de calidad esperada pero que a la vez, no traiga en su fabricación el inconveniente de ser mas difícil de elaborar y mas caro de producir.

A diferencia de los cosméticos convencionales, los naturales, hacen uso de plantas medicinales, extractos y aguas florales que se utilizan en la elaboración de estos, solo por citar algunos:

Algas fucus y laminaria utilizado en formulaciones de o tipo de cosmético ya que aportan minerales necesarios para la piel

Aguacate las propiedades del aceite son excelentes para las pieles ajadas, secas, desvitalizadas y con arrugas. Se utiliza en cremas nutritivas y para pieles secas,. En el tratamiento de la celulitis

Aloe vera sustancia extraída de las hojas carnosas de la planta. En cosméticos se utiliza para tratar la deshidratación de la piel aportándole luminosidad. Para pieles irritadas por el sol y para pieles sensibles es muy aconsejable.

Almendras dulces el aceite cuenta con excelentes propiedades emolientes y nutritivas para la piel y el cabello. Es tolerado por todo tipo de pieles a las cuales les porta elasticidad y luminosidad. Es el aceite base utilizado en nuestros cosméticos naturales.

Castaño de indias útil en formulaciones para piernas cansadas ya que posee flavonoides muy indicados para dotar de elasticidad a las venas y favorecer la circulación de retorno

Coco indicado para pieles grasas y formulaciones para cabello seco y castigado. Posee un aroma y una textura característica con un punto de fusión alto

Cola de caballo tiene propiedades reafirmantes y mineralizantes

Germen de trigo el aceite es el que mayor proporción posee de vitamina e, una vitamina especialmente indicada para todo tipo de pieles expuestas a los radicales libres ya que tiene propiedades antioxidantes.

Jojoba en realidad no es un En estas últimas está muy recomendado ya que tiene la capacidad de solubilizar el sebo de los folículos impidiendo la formación de granos y comedones

Manzanilla debido a su contenido en azuleno, alfa bisabolol y otras sustancias este aceite esta especialmente indicado para las pieles más sensibles ya que aportan una suavidad nunca vista y la protege.

Propoleo no es una planta medicinal. Es un producto elaborado por las abejas como puede ser la miel o la jalea real. Se conoce como antibiótico natural ya que lo utilizan las abejas para proteger la colmena de posibles infecciones. Esta muy indicado para problemas cutáneos como dermatitis. También se utiliza en formulaciones para pieles con impurezas, con exceso de grasa y acné ya que impide que los posibles comedones se infecten por motivo de la manipulación o por la contaminación ambiental.

Ricino, su aceite especialmente aconsejado en tratamientos capilares ya que proporciona brillo y protección al cabello seco y castigado por tratamientos agresivos.

Romero aceite utilizado como astringente para pieles grasas. Rico en aceite esencial con propiedades antisépticas impide la acumulación de impurezas sobre la piel.

Rosas (sus propiedades son hidratantes y suavizantes de la piel. Para tónicos para todo tipo de piel se utiliza con gran éxito incluso para pieles delicadas.

Aceites esenciales Son sustancias de composición muy compleja extraídas de las plantas mediante diferentes técnicas como son la destilación a vacío, el enfleurage o la extracción con disolventes. Tienen propiedades muy diferentes. Se añaden a cada cosmético para conseguir un determinado efecto sobre la piel o el cabello.

Finalmente, si ya existen productos que están hechos a partir de productos naturales, ¿para qué continuar utilizando productos químicos que contaminan nuestro cuerpo y degeneran nuestro organismo?

DAÑOS QUE CAUSAN INGREDIENTES DE UN COSMETICO

DAÑO QUE CAUSAN LOS INGREDIENTES, DE UN COSMETICO CONVENCIONAL

Basándonos, en los resultados de una investigación acerca del daño de los cosméticos en la piel de las personas, realizado en el año 2009, por una alumna del Centro de Bachillerato Tecnológico, Industrial y de Servicios 103 (CEBETIS), obtenemos que la piel al tener un frecuente contacto con sustancias ajenas a nuestro organismo, es muy probable, que esta situación este intoxicando a nuestra piel, provocando graves problemas, como los anteriormente mencionados desde una alergia, hasta cáncer, esto debido a que la sustancia se absorbe por medio del contacto directo y se va agravando por la cantidad de tiempo en contacto con el cutis.

Los productos que fueron analizados van desde: El maquillaje, desmaquillantes faciales, exfoliantes, cremas hidratantes y mascarillas, que con el uso continuo de ellos, la probabilidad de causar daños es mayor en comparación de quienes las usan muy irregularmente.

Las principales sustancias que pueden llegar a causar intoxicación sobre nuestra piel y organismos son:

Bisfenol A. Plomo. Aceites minerales. Ftalatos. Fenoles y feniles. PEGDEA. Colorantes. Solventes. Liberadores de formaldehído. Talco. Mercurio. (AHA) Alfa-Hidroxi-Ácidos. Alcohol isopropílico. Aluminio. Polietilenglicol. Nitrosamina. Parabenos. Perfume sintético. Derivados petroquímicos. Methylisothiazolinone. Oxybenzona. Phtalatos. Siliconas. Sulfatos. Urea. Acetona. Benzaldehído. Alcanfor. Etanol. Acetato de etilo. Cloruro de metileno. Eosina. Carmín (con consumo mayor de 5mg/kg/día).

Estas sustancias y la mezcla que tienen con otras más, son una parte de la lista de las muchas sustancias que usadas en productos de higiene personal, son el

factor principal en la producción de mas artículos de esta naturaleza, y se oculta por parte de los productores al no revelar en su totalidad, el nombre y efecto que tienen las sustancias al contacto con ciertos tipos de piel.

DAÑO QUE CAUSA UN COSMETICO NATURAL

Los cosméticos naturales no son dañosos a la piel y son eficaces en tratar las dolencias de la piel.

Los consumidores deben asegurarse de que los productos cosméticos naturales sean carentes de irritantes y de materiales químicamente peligrosos., también ser carentes de aceites mineral, de petrolato, de alcohol de sequía y de ingredientes poro-que estorban.

Debe ser asegurado que las materias primas de los cosméticos naturales no están hechas de fertilizantes artificiales. Los aceites naturales hechos de las plantas han ayudado siempre en el alimento del pelo y de la piel.

La tecnología avanzada ha ayudado en la producción de productos cosméticos naturales. La ventaja de los productos cosméticos naturales es que los productos naturales de la piel dan una mirada relajada y entonada al individuo. Los consumidores tienen que comprobar las etiquetas de los productos cosméticos naturales y asegurarse de que no contengan ninguna productos química dañosa. Los factores siguientes deben ser asegurados antes de usar los productos cosméticos naturales:

- Los productos cosméticos naturales deben ayudar en mejorar la textura y las capacidades de retención de la humedad de la piel.
- Las materias primas se deben también manejar con la delicadeza y cuidado de modo que su calidad original siga siendo inafectada.
- Los productos cosméticos naturales no deben contener ninguna derivados del petróleo.

SECTOR COSMETIQUERO EN MÉXICO

El sector cosmetiquero en nuestro país, está conformado por las siguientes categorías: Productos para la piel, incluyendo los repelentes de insectos de aplicación directa; para sistemas piloso y capilar (shampoo, enjuagues/acondicionadores, spray, mouse, fijadores, geles, brillantinas y cremas para peinar, tratamientos capilares, tintes); para la higiene (geles, cremas y espumas para rasurar, rastrillos y repuestos); maquillaje; productos para las uñas; productos para perfumar, modificar o corregir los olores corporales (desodorantes /anti transpirantes, fragancias, perfumes, talcos).

Datos de la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC), el mercado de los cosméticos es uno de los más redituables en nuestro país, ya que el mercado cosmético mexicano se estima en más de 9.1 millones de dólares lo que ubica a esta industria como la tercera en el continente después de Estados Unidos y Brasil, por el tamaño de mercado y el número de personas que se involucran en el mismo(CANIPEC, 2011).

En 2010 la industria cosmética tuvo un comportamiento estable, reportando un crecimiento total del 7.6%, para el 2011 se presento un crecimiento del 5%, representando el 9% del PIB nacional y registrando un superávit record de 1,011 millones de USD (Figura 1). Para este año se prevé que aumente un 8% y que se mantenga este crecimiento promedio hasta 2020 y busca colocar a México entre los mayores exportadores del mundo.



Figura 1 Comercio Exterior Cosméticos(CANIPEC, 2011)

El sector cosmético representa el 85% de la actividad formal en el país, que genera 40,000 empleos directos así como 50,000 indirectos y es la fuente de ingresos de casi 2 millones de familias a través del sistema de venta directa.(CANIPEC, 2011)

Los principales canales de distribución en México son la venta directa, el 38% de la industria de la venta directa es generada por los cosméticos. Los canales más comunes de venta directa y que se definen de acuerdo al sector son: autoservicios, mayoristas, tianguistas y las tiendas especializadas como **Crabtree & Evelyn, The Body Shop**(tormo.com, 2009) . (Figura 2)



Figura 2. Canales de Distribución, Fuente: CANIPEC

La industria cosmética ha buscado innovar en sus productos y sus compradores han dejado de ser únicamente las mujeres ya que actualmente existen productos para hombres, niños, niñas y bebés, ya que se han creado conceptos para que estos productos sean consumibles por distintos sectores de mercado, y debido a la aparición de distintos factores como son:

Uso desde temprana edad

Uso masculino de cosméticos

Uso naturista

SPA

Aceites relajantes, sales minerales y aceites para masajes eróticos.

ESTADÍSTICAS DE LA INDUSTRIA COSMÉTICA EN 2004

El sector de los cosméticos es una industria en constante crecimiento y con una demanda en aumento, especialmente para las mujeres y el uso del maquillaje. En 2003 y 2004 la CANIPEC realizó una estadística respecto a los productores de cosméticos, su localización geográfica, los empleos que generan, el monto de sus inversiones en el país, el tamaño de sus ventas y la distribución del mercado entre los principales productores. (Figura 3)

Productores, Cúpula y Localización 2003

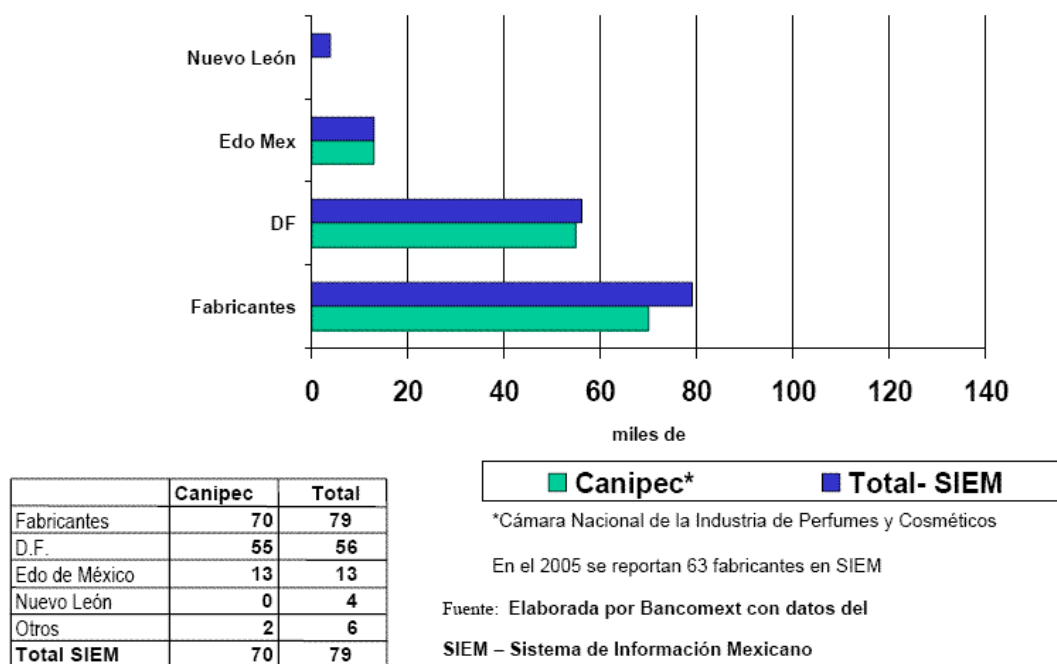


Figura 3 Productores, Cúpula y Localización CANIPEC

Entre los productos que más se consumieron en 2004 se encuentran los productos capilares, seguidos por los productos de cuidado para la piel y en el último lugar los de higiene bucal y otros productos. (Figura 4)

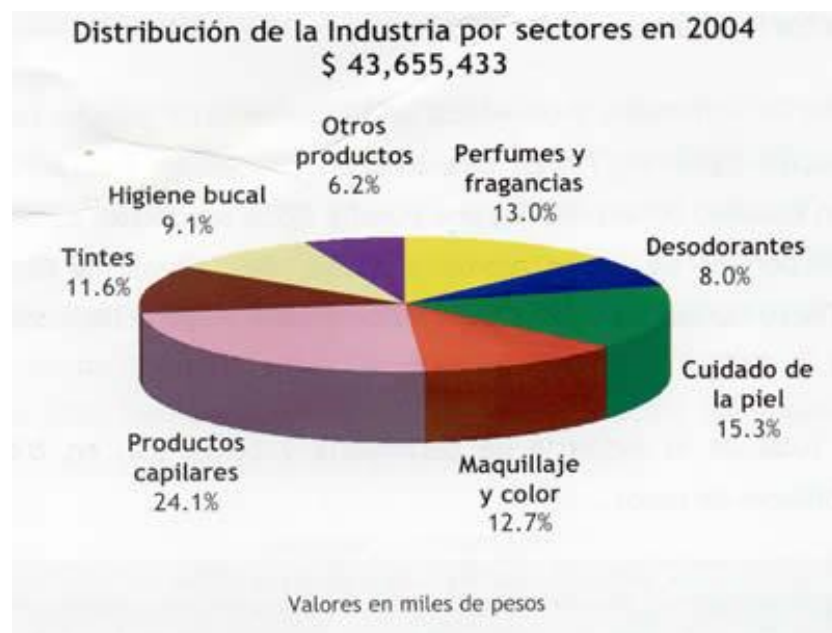


Figura 4 Distribución de la industria por sectores. CANIPEC

EL ALTO PRECIO DE MANTENERSE JOVEN

En un estudio realizado por Banxico, se demostró que el consumo en productos de cosmética representa el 2.6% del gasto de los mexicanos, así como mostrar el lugar que México ocupa a nivel mundial, siendo el 2º país donde se practican más cirugías estéticas tan solo después de Brasil.

En México el mercado de los cosméticos es uno de los más rentables. Los productos cosméticos tienen una demanda de cerca de 17 billones de dólares anuales.

Muestra de esta constante inversión en productos o servicios para la belleza por parte de la población mundial, es que desde los noventa el mercado de cosméticos ha experimentado un continuo crecimiento, según la Organización para las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (UNUDI) (Fernández, 2010).

Ejemplo de lo anterior es que el mercado internacional de productos cosméticos tiene una demanda de cerca de 17 billones de dólares anuales, lo que mantiene en constante movimiento a la industria, según detalló la organización.

Para apreciar un poco mejor este fenómeno industrial basta con mirar en el cuarto de baño y darse cuenta que se tiene más de cuatro productos diferentes de tipo cosmético y si además de todo piensas en hacerte un procedimiento estético o sueles visitar el Spa, vale la pena hacer una reflexión.

Los precios de algunos de estos productos suelen variar mucho, esto dependiendo de la marca, el origen de su elaboración y la complejidad del tratamiento.

Según informó la Procuraduría Federal del Consumidor Profeco. (Fernández, 2010)

Crema Facial	\$200 a \$15,000
Gel reductor corporal	\$300 a \$3,000
Crema para el cuidado del cuerpo	\$80 a \$1500

ALGUNOS PRECIOS DE LOS CENTROS DE RELAJACIÓN:

En Oriental Spa, ubicado en Acapulco, un masaje relajante terapéutico te puede costar 700 pesos, en Cancún si vas a Heavenly Spa y pides por un masaje Sueco de 50 minutos deberás pagar aproximadamente 2,000 pesos. En la Ciudad de México, un masaje reductivo de 60 minutos en Nouvelle D' Europa Spa tiene un precio de 295 pesos la sesión, según cifras de Profeco.

Instituciones bancarias como Ixe banco y Multiva, tomando en cuenta la gran demanda de las cirugías estéticas y la importancia en el mercado, crearon crédito para facilitar la financiación de este tipo de procedimientos quirúrgicos, buscando ser parte del mercado.

En Multiva, por ejemplo, se encuentra disponible un crédito Multisalud, el cual puede utilizarse para realizarte la intervención estética. Para acceder a este tipo de productos bancarios debes contar con ingresos mínimos mensuales de 10,000 pesos y una cuenta eje para abono del crédito (Fernández, 2010).

LAS MEXICANAS REDUCEN TODO MENOS MAQUILLAJE

Es asombrosa apreciar, que a pesar de las constantes crisis en las que se vive el crecimiento del mercado de belleza va en aumento esto sorprendió incluso a L'Oreal; las ventas de la compañía crecen 5.2% de 2008 a 2009.

Algunos empresarios al llegar a nuestro país y ver las opciones en las que se puede invertir, sin duda la más atractiva es el sector cosmetiquero ya que representa un continuo crecimiento del 5%. Esto ha demostrado ser uno de los mejores resultados

“La crisis no golpeó tan severamente el mercado de la belleza en el mundo, pero especialmente aquí en México, la diferencia entre el crecimiento y la recesión económica fue realmente espectacular”. La unidad mexicana ha tenido este año un comportamiento mejor que el de Brasil tomando en cuenta que es con quien pelea por un primer lugar en Latinoamérica, en cuanto al consumo de este producto sin dejar a tras a China (Anderson, 2009).

Retomando un poco la situación que vive L'Oreal, hace tres años esta empresa que lidera a nivel mundial la venta de cosméticos y que es dueña de marcas como Lancôme, Helena Rubinstein, Armani Cosméticos, Garnier, Vichy, The Body Shop y Professionnel. Con 67,000 empleados, L'Oreal vende cada año 4,500 millones de productos en el planeta a cerca de 1,000 millones de consumidores de 130 países.

L'Oreal no ha sido la única ganadora, sino que el efecto “belleza a pesar de la recesión” le ha favorecido a las otras jugadoras del mercado, como Colgate Palmolive, P&G y Avon, entre otros. (Figura 5)

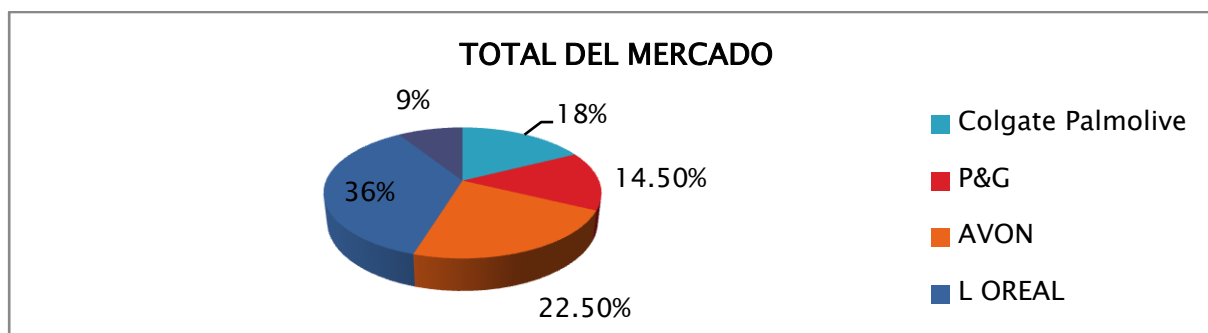


Figura 5 Total de Mercado Según datos de Euromonitor. (Anderson, 2009)

Por otro lado se encuentra la parte positiva de todo esto, ya que resulta significativo, gracias a la inyección de liquidez en la economía mexicana.

Este dato de crecimiento toma mucho más valor si se le compara a nivel global:

Una buena estrategia para mantenerse en la cima sin duda es ampliar la base de clientes, mismos que se encuentran en los mercados emergentes. Para L'Oreal "México es uno de los países más importantes Porque es allí donde yace el futuro de L'Oreal y hoy somos su prioridad", A pesar de ser una empresa que nació en Francia y se desarrolló en EU, "los próximos 100 años se van a desarrollar en México.

México está en el Top 10 de los mercados más importantes de L'Oreal, donde en lo que va del año se han vendido unos 200 millones de productos. A pesar de los ajustes, en el país la promoción de esta empresa crecerá sustancialmente esto debido a que han aumentado los gastos en publicidad, en un 15% para este año(Anderson, 2009).

A pesar de los buenos números mexicanos, "la crisis mundial no ha sido muy dura en L'Oreal ni en la industria de la belleza. Se espera un año con una tendencia ligeramente positiva". Los mercados que más cayeron fueron los europeos y en especial, España.

Basta con ver estos datos y el gran interés que grandes empresas pones en México para poder apreciar la abundancia de este mercado en México. Parece interesante ver que estas empresas fijan gran parte de su futuro en México, esto es impresionante ya que nuestro país puede crecer sí así se lo plantea.

LA RENTABILIDAD Y LOS POSIBLES DESCENSOS DEL SECTOR COSMETIQUERO EN MÉXICO

En México, el cuidado de la belleza representa un mercado muy importante. En especial, las mujeres son las que invierten mayores cantidades de dinero inyectando liquidez a la economía mexicana. Una importante muestra de la fuerza de este mercado es la existencia de unos 87 mil salones de belleza sólo en el país, y ellos son los principales centros de consumo de este tipo de productos.

A pesar del crecimiento imparable de este sector, ha surgido un variante de mucha preocupación para las principales empresas, esto debido a que se ha comprobado que los productos cosméticos convencionales contienen sustancias peligrosas que pueden causar alteraciones en la salud, tales como partos prematuros y malformaciones, cáncer y asma. Esta información ha provocado la preocupación de los consumidores.

Hay que apreciar que las personas buscan estar más informado acerca de las cosas que consumen, buscando estar bien con su salud, esto implica que el público hace cada vez más conciencia de los beneficios que ofrece un producto.

Es por ello que ha resurgido un nuevo sector con la oportunidad de desplazar aquellos que se encuentran sólidos en el sector. La cosmética ecológica como la respuesta de muchos consumidores a una mejor calidad. Que hoy es una tendencia que cada año pisa más fuerte, ostentando un crecimiento anual de 20%.

Así como el mundo de la moda se ha adaptado a los tiempos, desarrollando la acomoda, la industria cosmética se suma a ella y se hace verde. Es muestra de que lo “natural” está de moda, y las marcas comienzan a lanzar líneas verdes de productos con la intención de captar a aquellos que prefieren la alternativa ecológica antes que otros productos un tanto más ofensivos.

Suena interesante el surgimiento de este nicho para invertir en un negocio el cual ofrece un doble beneficio, cuidar la piel y la armonía con el medio ambiente.

Han surgido algunas ideas de negocios las cuales plantean la creación de tienda especializadas en comercializar todo tipo de cosméticos ecológicos.

Recuerda que para todo tipo de empresas, la relación con el cliente y su confianza son vitales. En este negocio el nicho es muy exigente, por lo que fidelizar a tus clientes es una tarea mucho más difícil.

Sobre los productos, lo primero es diferenciar el cosmético natural del cosmético ecológico, ya que mucha gente confunde con facilidad ambos términos (mysweetbio.es, 2012).

¿QUIÉN COMPRA?

Como se menciona anteriormente, el sector de los cosméticos está encaminado a la mayoría del público en general.

Tomando en cuenta que las personas hacen uso de los cosméticos desde siempre, se ha llevado esta actividad a la creación y comercialización de productos que son utilizados, desde los integrantes más pequeños de una familia, hasta los adultos que algún beneficio ven en ellos, haciendo que las personas destinen parte de sus ingresos, en la adquisición de al menos un artículo de los muchos, que la cosmética nos ofrece.

La CANIPEC, separa a los consumidores de cosméticos por edad, y predilección a ciertos productos, por ejemplo:

Hombres de 18 a 30 años: aceites para masaje relajantes para compartir con la pareja.

Mujeres de 13 a 35 años: predilección por los aromas frutales en jabones y perfumes.

Mujeres de 35 años en adelante: aromas florales y más conservadores.

Es por esto, que se considera que el sector dedicado a la cosmética, debe enfocarse a los consumidores de este rango de edad principalmente de 18 a 50 años, pero nunca dejando atrás que productos para niños son de suma importancia, básicamente por el poder de retención acerca de la información que se presenta del producto, gracias a las mejores aplicaciones y formatos de negocios y publicidad.

Debe distinguirse también que la predilección por comprar cosméticos no la define el sexo, en la actualidad un factor importante, es la edad, y esto se debe a que la modernidad y la idea de igualdad de géneros, ha ido trayendo como resultado que productos que antes eran solamente utilizados por mujeres en su mayoría, en la actualidad son también los hombres y los niños, quienes recurren a estos artículos, ya sea por lo que ofrecen o la publicidad en torno a estos. Es así, como observamos una renovación en el sector cosmetiquero, ya que día a día, se busca innovar y fabricar,

productos que vayan de acorde a las necesidades y exigencias de la variable más importante en este negocio, el consumidor.

Un ejemplo de la innovación que ha llevado la cosmética, y ha diferenciado el consumo de un genero de otro son los productos anti-envejecimiento, que si bien es claro que no es el mismo consumo por parte de los caballeros a las damas, la intención de mejorar el aspecto físico de cada individuo, y la idea actual del hombre metro-sexual, da como consecuencia que está, siga siendo una de las causas en la adquisición de cosméticos, convirtiéndolos así en artículos de necesidad básica.

Regresando a la idea del consumo de cosméticos naturales, es necesario hacer énfasis al tipo de consumidor que basa, sus adquisiciones de acuerdo a ideales ambientales, como lo son, los llamados, consumidores orgánicos, que estos inmersos en una postura amigable con el medio ambiente son un sector que con una mayor nivel de certeza están dispuestos a comprar cosméticos que cumplan las expectativas tanto de fabricación como de distribución, recalcando las profundas implicaciones que tendría la forma de desarrollar productos y venderlos.

El factor crítico de ser un consumidor ecológico no es el consumo por sí mismo sino la cantidad de energía y recursos utilizados que ocasiona, al consumir un producto orgánico se contribuye con la reducción del impacto ambiental en su proceso de producción. Existen algunas opiniones, sobre todo en el sector alimentario, que expresan que no existe el consumidor ecológico; es decir, que no se puede encasillar al consumidor en un perfil ecológico, debido a que los consumidores no hacen la compra ecológica del todo; solo una parte lo es.(SudCaliforniano, 2011)

EMPRESAS BENEFICIADAS CON ESTE ESTUDIO

MAZUNTE:

Cooperativa Mexicana dedicada a la fabricación de productos naturales, encaminada principalmente a cumplir con un modelo alternativo de desarrollo sustentable, que además de ofrecer una gama de productos con una finalidad de mejora a lo que comúnmente se utiliza, resulta de gran apoyo a las familias de los trabajadores que integran este idea de negocio.

Que en un principio se integró de un grupo de 15 familias del pueblo, 11 mujeres y 4 hombres, para constituir la microempresa Cosméticos Naturales de Mazunte, S. de S.S(Naturalmente Mío, 2010).

David Hitchen, técnico inglés de The Body Shop, visitó Mazunte en los años 1996 y 1997 para capacitar los socios de la cooperativa, en cuanto a la elaboración de shampoos, acondicionadores, aceites y cremas humectantes del cuerpo, usando como principales ingredientes: Aceite de aguacate, aceite de soya, aceite de ajonjolí, aceite refinado de maíz, aceite de coco, cera de abeja y Vitamina E(Cosméticos Mazunte, 2010).

Actualmente se cuentan con más de 30 productos fabricados por la cooperativa integrada por mujeres de la localidad que han hecho de la fábrica su modelo de vida y sustento. Todos los productos son fabricados con materiales totalmente orgánicos

THE BODY SHOP

Su fundadora fue la Dama Anita Roddick en 1976. Es la marca de belleza original, ética y natural, con más de 2.500 tiendas en más de 60 países, ofreciendo una gama de más de 1.200 productos.

Se centra en apoyar a aquellos que trabajan para conseguir progresos en áreas de derechos humanos y civiles, medio ambientales y de protección a los animales.

Fabrican productos que están encaminados básicamente a consumidores vegetarianos y que además no muestran un daño al medio ambiente, y utilizando ingredientes derivados de animales que no causan daño al medio ambiente.

Los valores que sigue esa empresa son:

Comercio Justo con Comunidades, Defensa de los Derechos Humanos, Contra los Experimentos en Animales, Promueve la Autoestima y Protege Nuestro Planeta.

BOTANICUS

“Es una empresa mexicana orientada al desarrollo de productos de belleza y cuidado personal elaborados bajo conocimientos tradicionales sobre el uso de esencias y extractos naturales” (Botanicus, 2009).

Desde su fundación en Agosto del 2002, Botanicus se ha preocupado por ser una empresa socialmente responsable incorporando buenas prácticas, tales como:

- Trabajo con talleres artesanales en áreas rurales de México
- Reglas de un comercio justo
- Colaboración con proveedores que apoyen a causas sociales, empaques biodegradables y reciclados
- Equidad de género y utilización de materias primas naturales y orgánicas.

IM: PASION POR LO NATURAL.

Empresa mexicana, fundada en 1989, que ha tenido por compromiso principal la protección y cuidado al medio ambiente, además que nunca ha utilizado a animales como medio de prueba de sus productos.

Productora preocupada por el desarrollo de investigación de nuevas formulas dentro de lo naturista y la cosmética, a fin de que el consumidor obtenga los mayores beneficios que los ingredientes naturales puedan ofrecer.

METODOLOGÍA

MÉTODO: ENCUESTA

Este método fue elegido para la investigación, debido a que como el tema tratado tiene bastante relacionen la vida cotidiana de las personas, consideramos que abarcando aspectos muy generales pero a la vez, precisos al momento de recabar información nos darían un amplio panorama de lo que el consumidor de cosmético exige en un producto para comprarlo

POBLACIÓN: Mujeres y hombre de 18 a 50 años de edad en el Distrito Federal

MUESTRA: La muestra fue aleatoria, pues se busco una variación en el tipo de personas a fin de que pudiéramos mostrar la variación de clase de consumidores y encontrar sus preferencias hacia algún tipo de cosmético.

MEDICIÓN: La encuesta contiene 12 preguntas, con diferentes tipos de respuesta, binominales y de opción múltiple, a la vez, que usamos para medir respuestas, diferentes escalas en las que las personas encuestadas nos pudieran citar su información de acuerdo a nivel de preferencia y/o enfoque en un cosmético.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION
Investigación: Cosméticos Naturales

Sexo: ____ Edad: ____
Estado Civil: Solter@: ____ Casado: ____
Ocupación: Estudiante: ____ Empleado: ____

1. ¿Utilizas algún cosmético? Si: ____ No: ____
2. ¿Qué tipo de cosmético utilizas?
Maquillaje ____ Higiene Corporal ____ Productos Capilares ____
Productos para la piel ____ Productos desodorantes ____ Productos dentales ____
Protectores solares ____ Productos depilatorios ____ Productos blanqueadores ____
3. ¿Con que frecuencia adquieres alguno de estos cosméticos?
Cada mes ____ Cada 3 meses ____ Cada 6 meses ____ Cada 1 año ____
4. Dependiendo de la frecuencia de compra ¿Cuánto gastas en cosméticos?
0 a \$250 ____ \$250 a \$500 ____ \$500 a \$700 ____ \$700 a más de \$1000 ____
5. ¿En qué te basas al momento de comprar un cosmético?
Calidad ____ Precio ____ Marca ____ Durabilidad ____ Ingredientes ____
Diseño ____ Hipoalergenico ____
6. ¿Conoces los cosméticos naturales? Si ____ No ____
7. ¿Haz utilizado algún cosmético natural? Si ____ No ____
8. ¿Qué marca de cosmético natural utilizaste? _____
9. Ordena del 1 al 7, las características que tendría que cubrir un cosmético natural, para que lo adquirieras.
Marca ____ Hipoalergenico ____ Durabilidad ____ Ingredientes ____ Precio ____
Diseño ____ Calidad ____
10. ¿Estarías dispuesto a invertir en un cosmético natural, que te ofrezca mayores beneficios que uno convencional? Si ____ No ____
11. Con respecto a la pregunta anterior ¿Cuánto gastarías aproximadamente?
\$0 a \$300 ____ \$400 a \$800 ____ \$ 900 a \$1200 ____ Más de \$1300 ____
12. Ordena del 1 al, donde sería el lugar en donde comprarías un cosmético natural.
Tienda de Autoservicio ____ Tienda especializada ____ Por Catalogo ____ Internet ____

PROCEDIMIENTO

- a) Recolección de la información con respecto a la investigación documental... Esta se realizó principalmente, vía electrónica y consultando revistas
- b) Diseño del instrumento de medición: la encuesta se elaboró en base a los datos arrojados por la investigación que tuvieron lugar a ser constantes, considerándolos básicos e importantes, para ser los que nos dieran una idea de lo que pretendemos responder, tomando en cuenta, la matriz de congruencia.
- c) Obtención de la muestra: estimamos que con un tamaño muestra de 100 personas era suficiente para dar resultados de lo que buscamos.
- d) Aplicación de la encuesta: Se acudieron a diversos lugares a aplicar las encuestas, como es el ejemplo de parques, escuelas, centros de trabajo, y lugares donde había mayor concentración de personas.
- e) Vaciado de datos. Se comenzó a plasmar datos en tablas de Excel, contabilizando de acuerdo a sexo, edad y preferencias en cuanto a cosméticos, para así, generar las tablas o graficas que nos mostrarán ese panorama esencial del problema de investigación
- f) Elaboración de graficas: Ya con todo lo anterior nos dimos a la tarea de realizar graficas circulares y de barras, para representar de forma más visual las respuestas obtenidas de las encuestas
- g) Análisis de los resultados: Se empezó un análisis a partir de las graficas realizadas y la concentración de datos elaborados anteriormente donde pudimos observar las características exigidas por un consumidor de cosméticos.

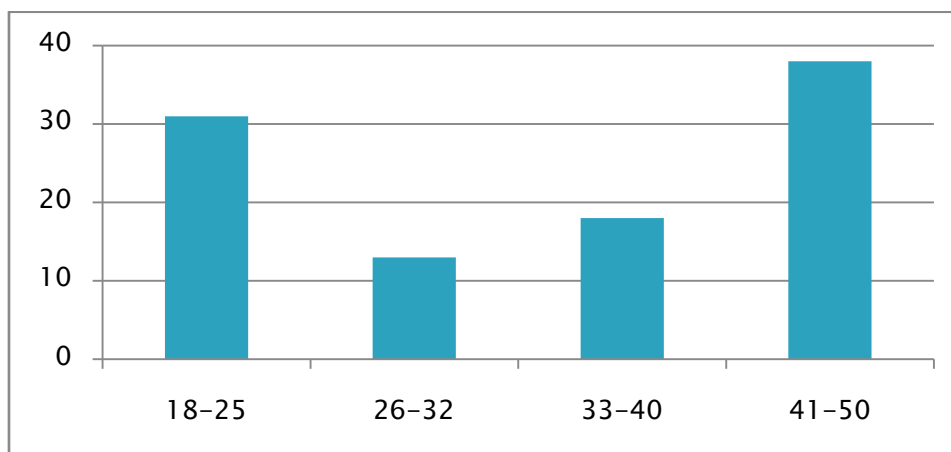
ANALISIS ESTADISTICO DE RESULTADOS

Los resultados de la investigación de campo arrojo los siguientes resultados:

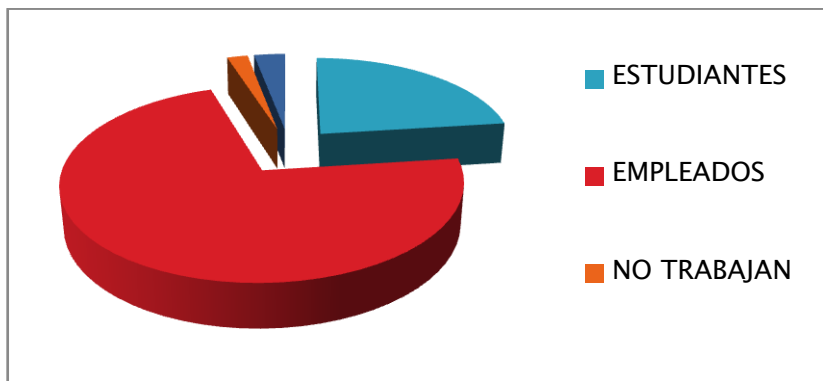
- ❖ De los 100 encuestados el 78% fueron mujeres y el 22% restante fueron hombres, lo cual nos indica que en la población femenina hay mayor tendencia al consumo de estos productos.



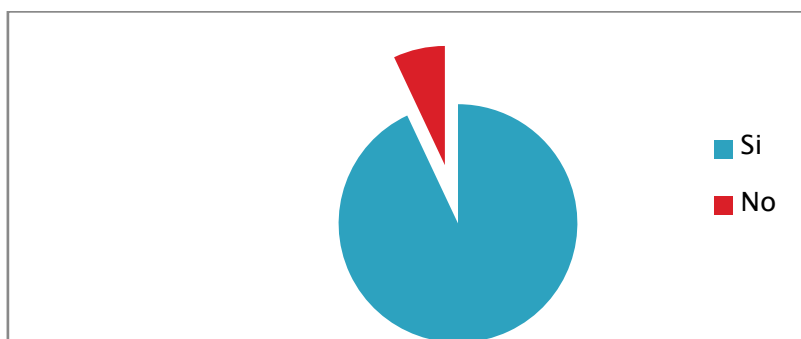
- ❖ En el rango de edad de la muestra elegida conforme a la información obtenida, que va de 18-50 años encontramos que la población con mayor nivel de consumo se encuentra entre los 40 y 50 años.



- ❖ Con respecto a la ocupación de los encuestados la mayoría son población económicamente activa.

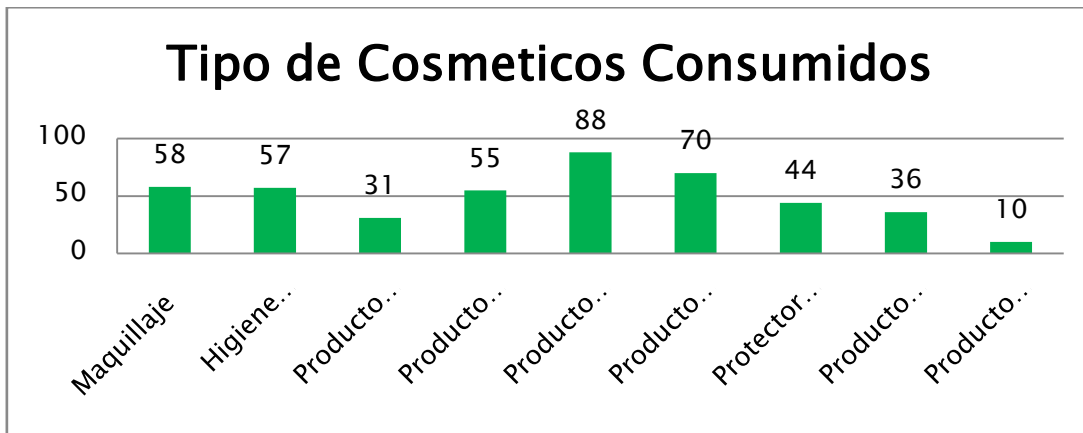


- ❖ El 93% de los encuestados utilizan algún tipo de cosmético.



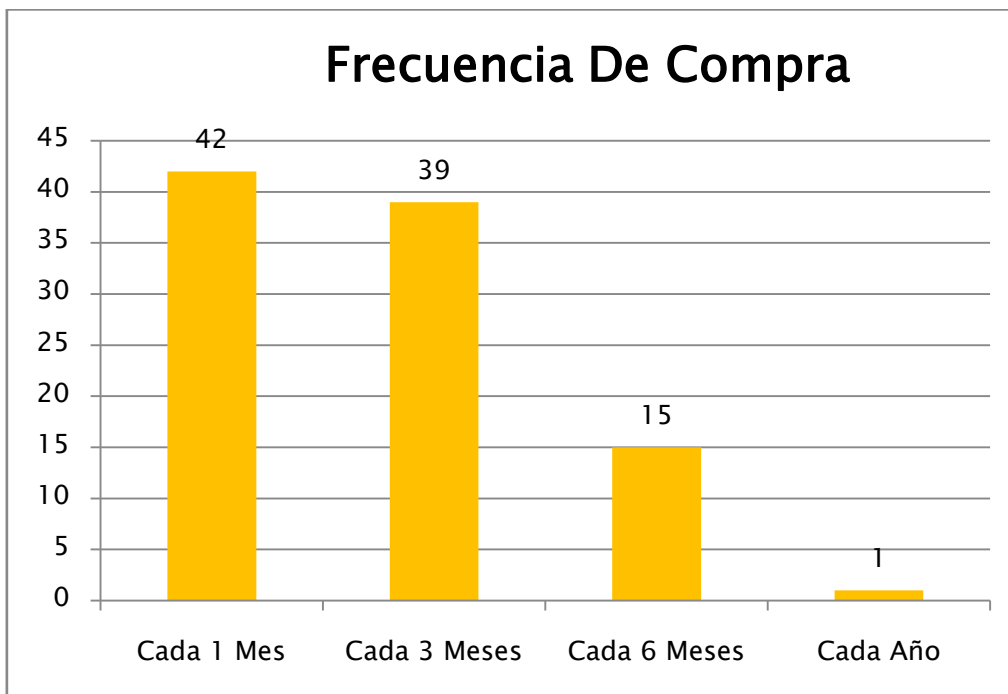
- ❖ De acuerdo a la clasificación, los cosméticos más utilizados son:

Tipo de Cosmético	Número de personas que lo usan
Maquillaje	58
Higiene Corporal	57
Productos Capilares	31
Productos para la Piel	55
Productos Desodorantes	88
Productos Dentales	70
Protectores Solares	44
Producto Depilatorios	36
Productos Blanqueadores	10



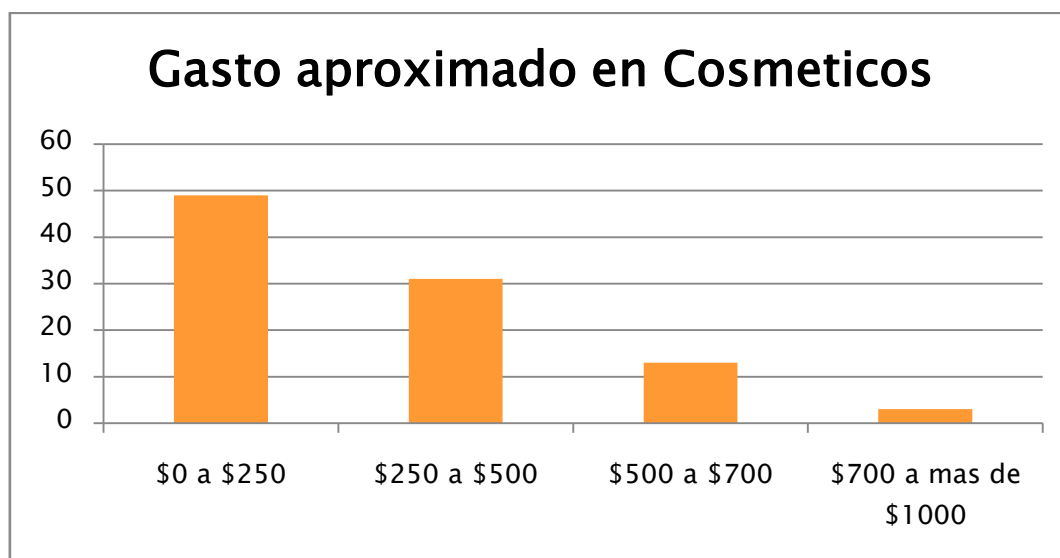
❖ En la frecuencia de compra encontramos:

Frecuencia de Adquisición	Frecuencia de Encuestados
Cada 1 Mes	42
Cada 3 Meses	39
Cada 6 Meses	15
Cada Año	1



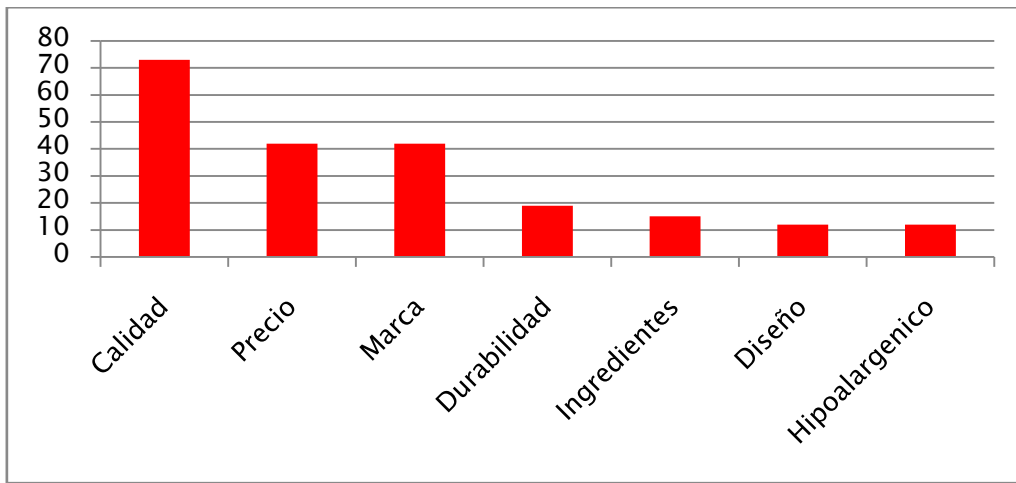
- ❖ El gasto aproximado de las personas en cosméticos es de:

Consumo aproximado en Cosmeticos	Frecuencia
\$0 a \$250	49
\$250 a \$500	31
\$500 a \$700	13
\$700 a más de \$1000	3

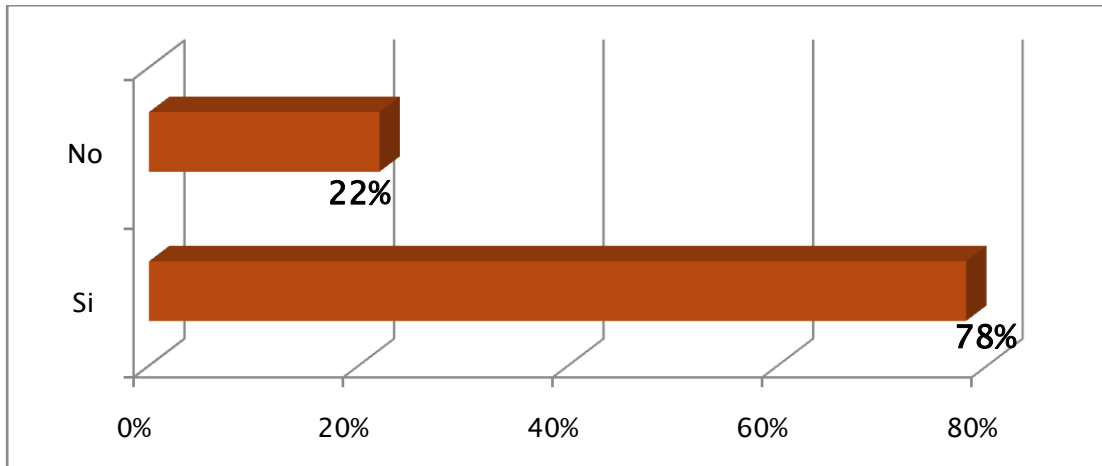


- ❖ Factores que el consumidor toma en cuenta al momento de adquirir un cosmético son:

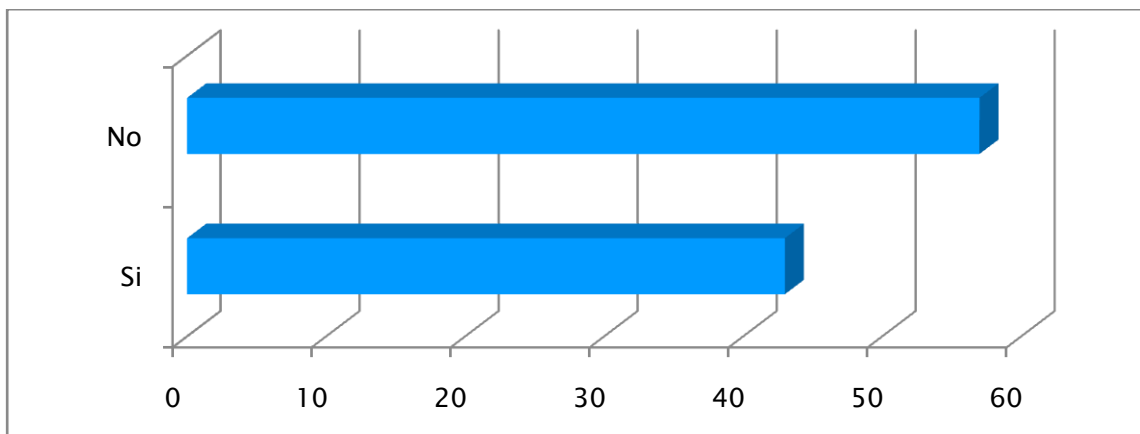
Bases para Comprar Cosmetico	Frecuencia
Calidad	73
Precio	42
Marca	42
Durabilidad	19
Ingredientes	15
Diseño	12
Hipoalergenico	12



❖ El porcentaje de personas que conocen los cosméticos naturales es el siguiente:

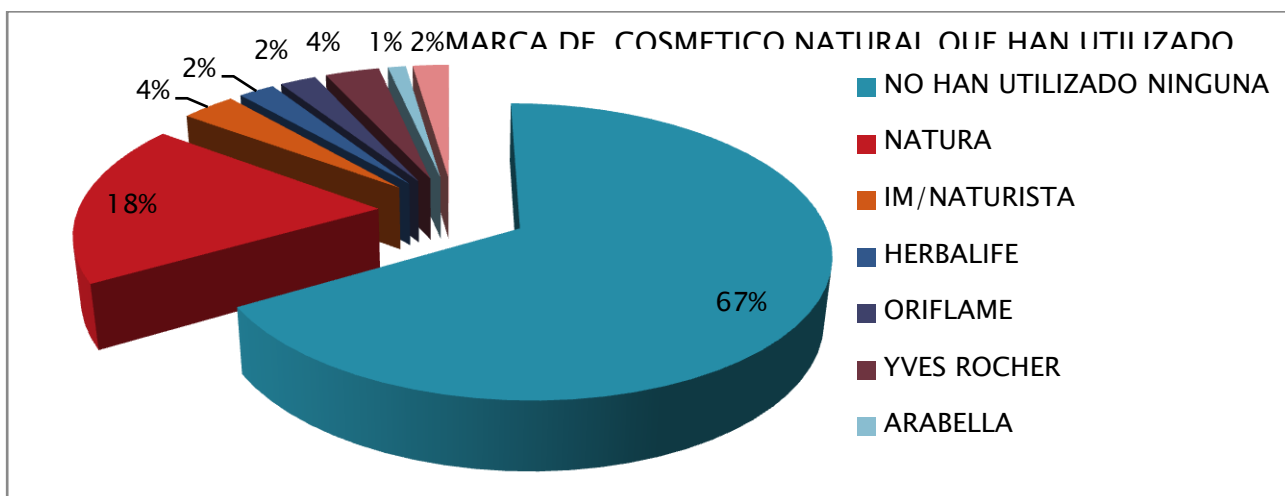


❖ El número de personas que han utilizado algún cosmético natural es:



- ❖ Con respecto al nombre de las marcas de cosmético natural que han utilizado las personas encontramos:

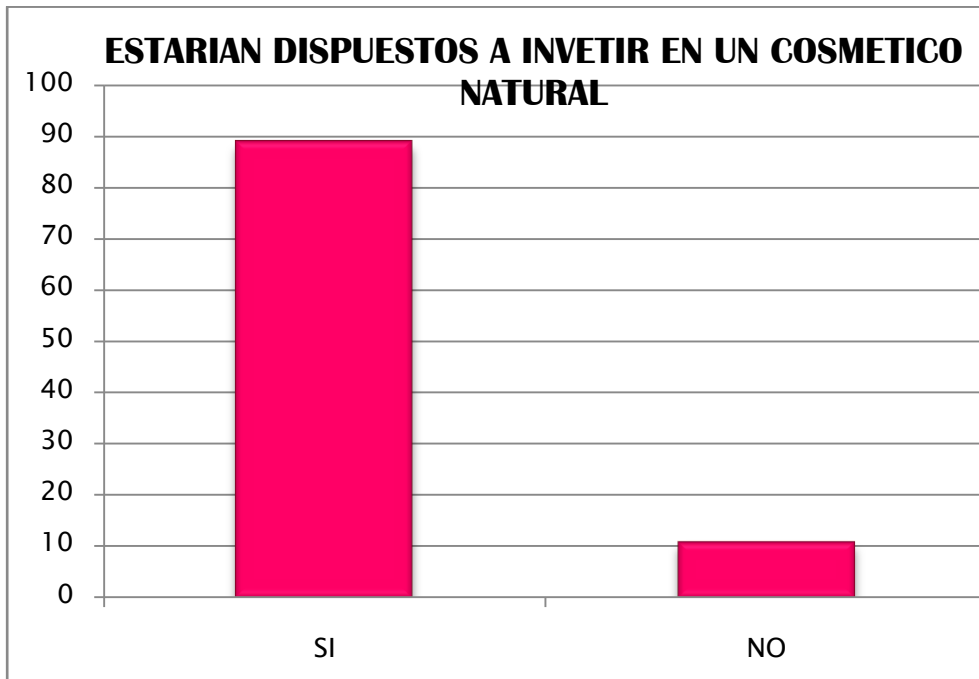
NO RECUERDAN	13
NO HAN UTILIZADO NINGUNA	58
NATURA	16
IM/NATURISTA	3
HERBALIFE	2
ORIFLAME	2
YVES ROCHER	3
ARABELLA	1
XABONE	2



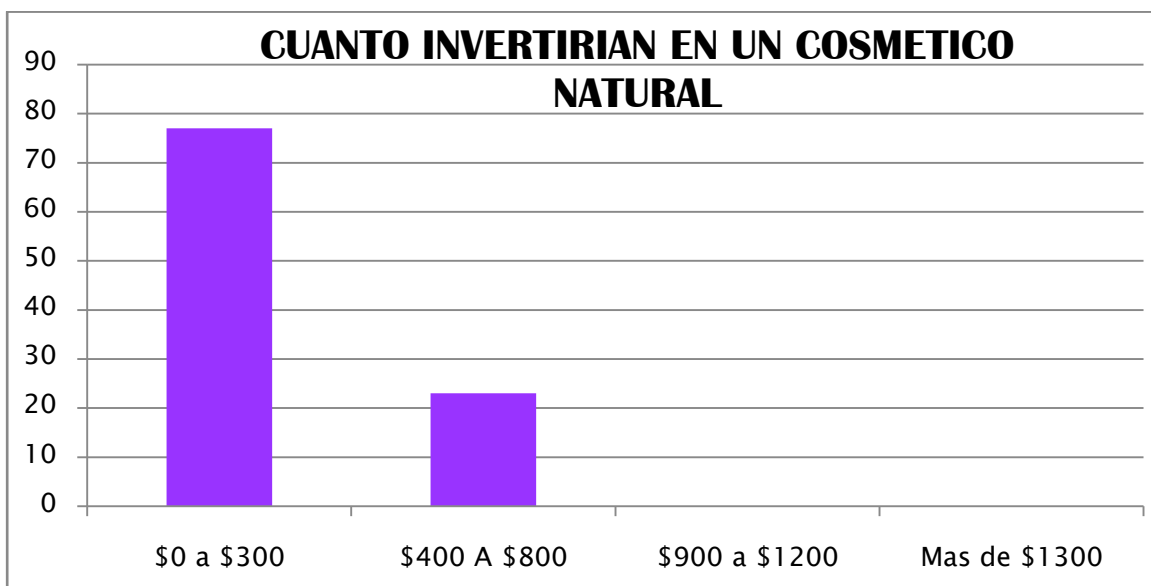
- ❖ De acuerdo a que características debería tener un cosmético natural, para que las personas lo adquirieran, esto obtuvimos:

1° lugar	Calidad
2° lugar	Hipoalergenico
3° lugar	Durabilidad
4° lugar	Ingredientes
5° lugar	Diseño
6° lugar	Precio
7° lugar	Marca

- ❖ El porcentaje de personas que estarían dispuestos a invertir en un cosmético natural es:



- ❖ La cantidad que las personas, estarían dispuestos a gastar en la compra de algún cosmético natural es:



- ❖ El lugar donde las personas, comprarían un cosmético natural, de acuerdo a su preferencia, se observa lo siguiente:

1° Lugar	Tienda de autoservicio
2° lugar	Tienda especializada
3° lugar	Catálogo
4° lugar	Vía Internet

CONCLUSIONES

La presente investigación realizada en un marco teórico acerca del consumo de cosméticos convencionales y naturales, nos arrojó resultados que están muy encaminados, a las hipótesis que en al principio se plantearon.

Al iniciar la investigación buscamos identificar las características que debe tener un cosmético natural para incrementar su nivel de consumo, y con esto dar un panorama general, de que factores influyen en el consumidor al momento de adquirir un cosmético, basado en género, edad y ocupación.

Tomando en cuenta el concepto y clasificación de cosmético, concluimos que la mayoría de los consumidores, tienden a relacionar la palabra cosmético con maquillaje para uso exclusivo de mujeres. Dicho concepto es manejado erróneamente, ya que cosmético, engloba productos de higiene personal, capilares, maquillaje; en pocas palabras, todo aquel producto que ayude a mejorar la apariencia personal.

Concluimos que la cosmética natural se encuentra en total desventaja ante la cosmética convencional, ya que la cosmética convencional cuenta con grandes empresas dedicadas a la fabricación y comercialización masiva de esta clase de productos, además que gracias a su forma de elaboración, el costo es más accesible, por lo tanto las personas, prefieren consumirlo sin tomar en cuenta los daños que algunos ingredientes pueden causar, ya que existen en el mercado formulas aprobadas en cuanto a su utilización, pero no están controladas, teniendo como consecuencia, daño a la piel.

La cosmética natural es relativamente nueva debido a que el cuidado al medio ambiente, es un tema actual, y esto ha orillado a las empresas a que busquen innovar en sus productos, y esta industria tiene un difícil acceso al mercado debido a que no existe una gran empresa en México dedicada a la venta de esos productos y en las pocas existentes, los precios son relativamente altos, a comparación de un producto hecho a base de sustancias químicas.

Tomando en cuenta estas generalidades, la investigación de campo nos mostró datos relevantes sobre el consumo de cosméticos en las personas de 18 a 50 años, hallamos:

- La población que más consume en cosméticos son las mujeres, entonces la cosmética natural tiene que enfocarse más al sector femenino, y abrir un mercado orientado al masculino, debido a la idea actual de que el hombre debe preocuparse también por su apariencia.
- La población que más consume cosméticos, oscila entre los 40 y 50 años de edad, población que en su mayoría es económicamente activa, siendo estos una pieza

clave para que la industria cosmética voltee hacia este sector de mercado que se ve influenciado por las ideas anti-edad y el mantener una apariencia joven.

- La gran mayoría de los consumidores de cosmética convencional, han utilizado por lo menos un cosmético, y como consecuencia en la actualidad estos productos son considerados de necesidad básica, al grado de dedicar una parte de sus ingresos a la compra de ellos. Gran parte de ellos adquiere por lo menos una vez al mes, Productos Desodorantes-Antitranspirantes, seguido de Productos Dentales y Maquillaje, gastando un promedio de 0 a 250 pesos, buscando que cumpla con las siguientes características:

1. Calidad
2. Precio
3. Marca

En cuanto a la cosmética natural, los resultados son:

- El 78% de los encuestados dicen conocer los cosméticos naturales, pero sólo el 43 % los han utilizado al menos en una ocasión, al preguntarles qué marca de cosmético han utilizado, la gran mayoría dice no recordar la marca de cosmético que utilizó, además que otro porcentaje importante menciona a la marca Natura, como la marca de cosmético natural utilizado. Además al cuestionarles si estarían dispuestos a consumir cosméticos naturales, teniendo en cuenta que son más caros que los comunes, el 89% de ellos, respondió que si utilizarían y sí invertirían una cantidad aproximada de 0 a 300 pesos en productos naturales. Para que esto sea posible, los consumidores coinciden en su mayoría en que las características que debe tener un cosmético natural para que sea de su preferencia, deben de dar en orden de importancia, las siguientes:

- Calidad
- Hipoalergénico
- Durabilidad
- Ingredientes
- Diseño
- Precio
- Marca

Y en relación al lugar en el que adquirirían un cosmético de esta naturaleza, notamos una cierta preferencia por las tiendas de autoservicio, seguidos de las tiendas especializadas, por catálogo y vía internet.

Para finalizar, el mercado de los cosméticos es muy recomendable para la inversión, ya que esta industria no se ve muy afectada por las crisis económicas que se

presentan, ya que el consumo de los productos de este tipo, nunca se detiene por lo tanto, como la cosmética natural es una idea innovadora, las empresas productoras de estos, podrían expandir su mercado, tomando en cuenta que al igual que en cualquier mercado es esencial conocer las necesidades y las expectativas de los consumidores, como se muestra gracias a la investigación de campo realizada y observando las razones que tienen los consumidores, para utilizar cosméticos. Por ejemplo:

Desarrollar productos ajustados a necesidades específicas, como lo mostramos en las características que los usuarios buscan en un cosmético.

- Destacar el uso de ingredientes activos innovadores, logrando que el consumidor reconozca los beneficios que estos les ofrecen y acepten adquirir uno de estos artículos.
- Promover la elaboración de productos para satisfacer las actitudes de los hombres, que son también parte de los consumidores y si por el momento, no vemos una gran frecuencia de compra por parte de ellos, nunca se pueden dejar a un lado.

Es importante analizar cada uno de los aspectos mencionados con anterioridad, para así identificar, que es lo que podemos ofrecerle a nuestros clientes y consumidores, a fin de corregirlo y mejorarlo, siempre teniendo en cuenta, que el éxito y desarrollo, tanto de un producto como una empresa, es el gusto y preferencia del consumidor, siendo por tal, la opinión más importante.

Trabajos citados

Anderson, B. (15 de 12 de 2009). *CNN Expansión*. Recuperado el 20 de 04 de 2012, de CNN Expansión:
<http://www.cnnexpansion.com/expansion/2009/11/25/mexico-la-nina-bonita>

Belleza y Salud. (02 de 07 de 2011). <http://bellezaysaludblog.blogspot.mx/2011/07/las-mejores-empresas-cosmeticas-entre.html>. Recuperado el 23 de 04 de 2012, de <http://bellezaysaludblog.blogspot.mx/2011/07/las-mejores-empresas-cosmeticas-entre.html>

Botanicus. (2009). *Slidesshare*. Recuperado el 20 de 04 de 2012, de
<http://www.slideshare.net/ecoturismogenuino/presentacin-botanicus>

CANIPEC. (2011). *CANIPEC*. Recuperado el 10 de ABRIL de 2012, de
http://www.canipec.org.mx/woo/index.php?option=com_content&view=article&id=5:lacamara&catid=1:quien-es-c&Itemid=10

Cosméticos Mazunte. (2010). *Cosméticos Mazunte*. Recuperado el 20 de 04 de 2012, de
http://www.puertoangel.net/mazunte/cosmeticos_es.html

Fernández, D. (2010 de 07 de 2010). *CNN Expansión*. Recuperado el 20 de 02 de 2012, de CNN Expansión:
<http://www.cnnexpansion.com/mi-dinero/2010/07/19/lo-feo-de-mantenerse-bella>

Laboratorios Revik. (07 de 29 de 2010). *Laboratorios Revik*. Recuperado el 03 de 23 de 2012, de
<http://www.revik.com/cosmetologia/62-ique-es-un-cosmetico>

Matarrania Cosmética del Aceite de Oliva. (15 de 03 de 2012). *Matarrania Cosmética del Aceite de Oliva*.
Recuperado el 04 de 23 de 2012, de <http://www.matarrania.com/web/taxonomy/term/20>

MD. (6 de NOVIEMBRE de 2005). *MARKETINGDIRECTO.COM*. Recuperado el 20 de ABRIL de 2012, de
<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/anunciantes/el-mercado-de-la-cosmetica-tiene-que-adecuarse-a-los-nuevos-consumidores/>

mysweetbio.es. (2012). *myseetbio.es*. Recuperado el 20 de ABRIL de 2012, de myseetbio.es:
<http://www.mysweetbio.es/parking.php?ses=Y3JIPTeZMzU5OTUzMDcmdGNpZD13d3cubXlzd2VldGJpby5lczRmYTfhYjg3N2EyYjcxljYzMjAzNzc1JmZraT02NDI5OTM0MyZ0YXNrPXNlYXJjaCZkb21haW49bXlzd2VldGJpby5lcyZzPWU1NmUyOWUwNzNhOTIINGY2ZjgJmxhbmd1YWdlPWVzJmFfaWQ9MSZ0cmFja3F1ZXJ5PT>

Naturalmente Mío. (2010). *Naturalmente Mío*. Recuperado el 20 de 04 de 2012, de
<http://www.naturalmentemio.com/historia.htm>

Sakuma. (2011). <http://www.sakuma.es/?p=389>. Recuperado el 23 de 04 de 2012, de
<http://www.sakuma.es/?p=389>

SudCaliforniano. (2011). *SudCaliforniano*. Recuperado el 12 de 04 de 2012, de
<http://www.oem.com.mx/elsudcaliforniano/notas/n2200194.htm>

tormo.com. (2009). *www.tormo.com.mx*. Recuperado el 10 de abril de 2012, de www.tormo.com.mx:
http://www.tormo.com.mx/articulos/204/Los_cosmeticos_como_oportunidades_de_negocios.html

